

# THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR DALAM PENELITIAN SIKAP, NIAT DAN PERILAKU KONSUMEN

*Basu Swastha Dharmmesta*

*Models or theories of consumer behaviour derive for the most part from the behavioural sciences. One major theory developed by social psychologists such as Ajzen and Fishbein employing a cognitive approach, is the Theory of Reasoned Action. This theory states that consumer behaviour can be predicted to a large extent from their behavioural intentions, and that behavioural intention itself is assumed to be a good criterion for such predictors as attitudes towards behaviour and subjective norms. Ajzen then developed the original theory by adding a new variable as an independent predictor, parallel to attitudes and subjective norms, as the intentions. The new variable is known as perceived behavioural control. This variable can also predict intended behaviour. This article discussed the so-called Theory of Planned Behaviour and its empirical support.*

**Keywords:** consumer behaviour; psychology; theory of reasoned action; theory of planned behavior; belief; attitude; intention; control

## Pendahuluan

Sudah sejak lama para ahli psikologi sosial memberikan definisi sikap (*attitude*), seperti Thomas dan Znaniecki (1918), Watson (1930), Thurstone (1931), Allport (1935), Fishbein dan Ajzen (1975), Himmelfarb dan Eagly (1974), McGuire (1986), dan masih banyak lagi jika disebutkan satu per satu. Menurut Thurstone yang menggunakan pendekatan satu komponen, sikap dipandang sebagai "*affect*" bagi atau melawan suatu obyek psikologis. Sedangkan definisi sikap yang diberikan Allport masih banyak dipakai dan tetap relevan sampai sekarang.

Menurut Allport yang menggunakan pendekatan dua komponen, sikap didefini-

sikan sebagai suatu kondisi mental dan *neural* tentang kesiapan, terorganisasi melalui pengalaman, mengupayakan suatu pengaruh yang terarah dan dinamis pada respon individu terhadap semua obyek dan situasi yang terkait. Sedangkan menurut Himmelfarb dan Eagly yang menggunakan pendekatan tiga komponen, sikap merupakan suatu organisasi (atau himpunan) yang relatif tahan lama tentang keyakinan, perasaan dan tendensi keperilakuan terhadap obyek-obyek, kelompok, kejadian atau simbol yang signifikan secara sosial. Allport juga memandang sikap tersebut sebagai suatu perasaan atau evaluasi umum (positif atau negatif) tentang orang, obyek atau persoalan.

Konsep sikap tersebut didasarkan pada sikap manusia secara umum yang kenyataannya juga diaplikasikan pada konsumen sebagai pengguna atau pembeli suatu produk. Para peneliti melakukan penelitian sikap untuk memperoleh kepastian apakah sikap itu dapat menjadi prediktor yang akurat terhadap perilaku. Aplikasi *Theory of Reasoned Action* dalam pemasaran sudah membuktikan bahwa sikap konsumen terhadap pembelian produk memang telah menjadi prediktor yang akurat bagi perilaku pembelian meskipun prediksi itu dilakukan melalui variabel niat (*intention*). Di samping itu, peran variabel norma subyektif (*subjective norm*) juga diikuti dalam model tersebut (lihat Dharmmesta, 1992).

Upaya untuk memprediksi perilaku secara lebih akurat terus dilakukan oleh para ahli dalam berbagai penelitian. *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen, 1987, 1988; Madden, Ellen dan Ajzen, 1992) yang merupakan pengembangan dari *theory of reasoned action* telah muncul sebagai suatu alternatif untuk memprediksi perilaku secara lebih akurat. Teori tersebut menjadi fokus dalam artikel ini, khususnya dalam kaitannya dengan prediksi perilaku konsumen.

## Fungsi Sikap

Sikap memiliki berbagai fungsi, dan pendekatan-pendekatan yang paling sedikit mempunyai satu asumsi tujuan yang implisit. Sebagai contoh, Katz (1960) telah mengusulkan berbagai macam sikap yang masing-masing mempunyai fungsi yang berbeda. Fungsi yang dimaksud adalah:

1. *Fungsi pengetahuan.* Sikap dapat bertindak sebagai standar yang membantu orang untuk memahami dunianya. Untuk memberikan arti pada dunia yang

belum dikenalnya, orang akan terbantu dengan adanya sikap. Konsumen memilih semua informasi yang masuk, dan informasi yang tidak relevan disingkirkan. Fungsi pengetahuan ini juga dapat mengurangi ketidak-pastian dan kebingungan. Sebagai contoh adalah kampanye periklanan yang didasarkan pada informasi bahwa 7-UP adalah bebas kafein merupakan penggambaran tentang fungsi pengetahuan.

2. *Fungsi instrumentalitas atau fungsi manfaat.* Fungsi ini menunjukkan konsep bahwa orang mengungkapkan perasaannya untuk memperoleh sesuatu tertentu dan menghindari sesuatu yang lain. Sikap dapat memandu konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Misalnya, seorang konsumen yang mengutamakan keselamatan dan kesembuhan yang cepat sebagai kriteria penting dalam memilih obat sakit kepala, akan terarahkan ke merek-merek yang dapat memuaskan kebutuhan ini. Jadi, fungsi ini mengindikasikan suatu alat untuk suatu tujuan.
3. *Fungsi pertahanan-diri.* Fungsi pertahanan-diri ini diturunkan dari pendekatan psikoanalitik. Dalam hal ini, sikap berfungsi sebagai suatu mekanisme pembelaan atau pertahanan. Sikap dapat melindungi ego dari ancaman dan kegelisahan. Produk seperti obat kumur, misalnya, dibeli untuk menghilangkan bau mulut yang tidak sedap, bukan dimaksudkan untuk penyembuhan. Jadi, konsumen mengembangkan sikap positif terhadap merek-merek yang berkaitan dengan penerimaan masyarakat. Dengan kata lain, sikap ini berfungsi untuk memproteksi harga diri seseorang.
4. *Fungsi penggambaran-nilai.* Fungsi penggambaran nilai juga berakar dari pemikiran psikoanalitik. Sikap juga

merupakan konsep yang mengekspresikan konsep diri dan sistem nilai. Kesan-diri dari seseorang yang membeli sebuah mobil *sport*, misalnya, mungkin adalah orang yang suka berkendara kencang dan keras sifatnya. Agresivitas dapat menjadi cerminan dalam pembelian mobil yang cocok dengan kesan ini. Jadi, fungsi sikap ini memungkinkan orang memperlihatkan nilai-nilai yang ada pada dirinya yang mengidentifikasikan dan mendefinisikannya secara unik.

## **Pengolahan Informasi dan Sikap Konsumen**

Pengolahan informasi sangat berkaitan dengan sikap konsumen. Sebagai suatu pendekatan umum, ide di belakang pengolahan informasi menekankan pada kompleksitas tentang bagaimana orang mendapatkan pengetahuan, dan bagaimana mereka membentuk dan merubah sikap mereka. Menurut teori integrasi informasi yang dikemukakan oleh Anderson (1971, 1980), sebagian besar sikap konsumen itu terbentuk dalam kaitannya dengan respon pada informasi yang mereka terima tentang obyek sikap.

Posisi teoritis Anderson adalah bahwa konsumen berfungsi sebagai penyelesai masalah yang cangih dan sebagai penilai informasi baru. Bagaimana konsumen menerima dan mengkombinasikan informasi ini telah menjadi dasar struktur sikap. Sebagai contoh, pentingnya beberapa atribut produk beserta urutannya ketika diterima atau dipahami konsumen, menjadi kandungan penting yang mempengaruhi cara pengolahannya. Ketika informasi baru masuk, konsumen tersebut melakukan evaluasi dan mengkombinasikannya dengan informasi yang sudah ada di memorinya.

Pendapat Anderson tersebut menjadi sedikit lebih komplek dengan preposisi bahwa suatu sikap itu terbentuk ketika konsumen memadukan sejumlah informasi ke dalam impresi keseluruhan dengan cara merata-ratakan nilai-nilai yang melekat. Matematika sederhana seperti itu dapat dilakukan oleh siapa saja. Sebagai contoh, jika seorang konsumen mempertimbangkan seorang pemasar yang mempunyai sifat pemalu, lincah dan bersemangat, maka sikap konsumen secara keseluruhan terhadap pemasar tersebut merupakan rata-rata dari arti evaluatif yang ditujukan ke sifat-sifat tersebut.

## **Sikap Sebagai Prediktor Perilaku Beli**

Sudah banyak penelitian yang membuktikan bahwa perilaku konsumen itu berkaitan dengan sikap, bahkan dapat diprediksi dari sikap mereka (Dharmmesta, 1992b). Hasil tersebut memang cukup rasional. Akan tetapi, beberapa peneliti masih mempertanyakan tentang hubungan sikap-perilaku tersebut, karena menemukan kecilnya korelasi positif antara sikap dan perilaku (Gregson dan Stacey, 1981). Sebelumnya, Wicker (1969) telah menyimpulkan dari beberapa penelitian bahwa korelasi antara sikap dan perilaku jarang mencapai 0,30 (jika dikuadratkan, menunjukkan hanya 9 persen variabilitas dalam perilaku disebabkan oleh sikap). Sehingga keputusan manajerial yang memfokuskan pada sikap konsumen menjadi kurang akurat. Saat ini cukup banyak penelitian tentang sikap dan perilaku membuktikan bahwa sikap dapat menjadi prediktor yang akurat terhadap perilaku, setelah mengalami penyempurnaan dalam hal: (1) definisi, (2) pengukuran, dan (3) model konseptualnya.

Ide yang bertentangan yang muncul selama dua dekade ini menyatakan bahwa sikap dan perilaku tidak akan terkaitkan dalam bentuk sederhana dari orang-ke-orang. Tidak semua kelompok perilaku sosial dapat diprediksi secara akurat dari sikap yang diekspresikan secara verbal. Di sini kita akan melihat beberapa perkembangan teori yang dapat memberikan solusi dalam memperoleh suatu persamaan langsung antara sikap dan perilaku.

## Keyakinan, Sikap, Minat dan Perilaku

Variabel-variabel keyakinan, sikap, niat dan perilaku mempunyai jalur kaitan yang jelas. Jika kita simak kembali penelitian Fishbein (1967a, 1967b, 1971), aspek afektif merupakan muatan dasar dari suatu sikap. Ia mengikuti definisi yang dikemukakan oleh Thurstone (1931). Akan tetapi, skor yang hanya didasarkan pada skala evaluatif *unidimensional* dan *bipolar* seperti baik/buruk, tidak dapat memprediksi secara meyakinkan bagaimana seseorang akan berperilaku kemudian. Perilaku itu akan bergantung pada interaksi antara sikap, keyakinan, dan niat berperilaku, dan kaitan semua variabel ini dengan perilaku yang mengikutinya. Jika seorang konsumen mempunyai keyakinan berbagai atribut suatu produk, sebenarnya bobot keyakinan (berkisar dari 0 sampai 1) terhadap masing-masing atribut itu berbeda-beda. Sedangkan nilai keyakinan (berskala dari -2 sampai +2) setelah dikalikan dengan bobot akan menghasilkan nilai total keyakinan. Nilai inilah yang merupakan ungkapan seberapa yakin seorang konsumen melakukan pembelian produk.

Pendekatan untuk memprediksi perilaku semacam ini juga melibatkan metode pengukuran dan teknik nilai-peng-

harapan (*expectancy-value technique*). Ajzen dan Fishbein (1980) telah mengembangkan *theory of reasoned action* untuk menghubungkan keyakinan ke niat dan terus ke perilaku. Ini dijelaskan lebih detail oleh Dharmmesta (1992b, 1997a). Penelitian Ajzen dan Fishbein ini telah menjadi dasar dalam pemahaman terhadap hubungan antara sikap dan perilaku yang sebelumnya masih dipandang bersifat kontroversial. Dalam perkembangan selanjutnya ditemukan bahwa prediksi perilaku itu dapat jauh lebih akurat apabila ukuran sikap bersifat spesifik, bukannya umum.

## Sikap yang Spesifik Versus Sikap yang Umum

Prediksi yang akurat adalah prediksi tentang diri kita sendiri, misalnya dengan menanyakan apakah saya akan melakukan suatu tindakan tertentu atau serangkaian tindakan. Kuncinya terletak pada pertanyaan yang spesifik, bukannya pertanyaan tentang sesuatu yang umum. Ketidaktepatan prediksi sangat mungkin disebabkan oleh dua hal, yaitu:

1. Memprediksi perilaku yang spesifik dari sikap yang bersifat umum, atau
2. Memprediksi perilaku yang umum dari sikap yang spesifik.

Kondisi seperti ini hanya akan menghasilkan korelasi yang lemah. Oleh karena itu, konsistensi sikap yang spesifik dengan perilaku yang spesifik perlu selalu diperhatikan. Semakin spesifik suatu sikap dan perilaku, semakin kuat pula hubungan korelasional yang dihasilkannya. Contoh yang baik telah diperlihatkan oleh Davidson dan Jacard (1979) dalam serangkaian penelitiannya tentang keluarga berencana (lihat Tabel 1). Dengan demikian jelas kiranya bahwa sikap yang semakin spesifik mendekati perilaku

Tabel 1. Korelasi Sikap-Perilaku dari Umum ke Spesifik

No.	Sikap	r
1	Sikap terhadap keluarga berencana	0,08
2	Sikap terhadap pil keluarga berencana	0,32
3	Sikap terhadap penggunaan pil keluarga berencana	0,53
4	Sikap terhadap penggunaan pil keluarga berencana selama 2 tahun mendatang	0,57

\* r = koefisien korelasi

aktualnya akan semakin akurat prediksi perilakunya.

Lain halnya dengan Fishbein dan Ajzen (1975) yang berpendapat bahwa prediksi dari sikap ke perilaku dapat dibuat pada tingkatan yang lebih umum. Akan tetapi, untuk melakukan prediksi tersebut kita memerlukan 'kriteria tindakan-ganda'. Kriteria tindakan-ganda adalah suatu istilah untuk indeks berperilaku umum yang didasarkan pada suatu rata-rata atau kombinasi dari beberapa perilaku spesifik. Kenyataan bahwa sikap yang umum biasanya memprediksi kriteria perilaku/tindakan-ganda jauh lebih baik dari pada memprediksi tindakan tunggal. Ini disebabkan oleh adanya banyak faktor yang dapat mempengaruhi tindakan tunggal.

### Perilaku yang Beralasan

Perilaku beli seorang konsumen terjadi karena suatu alasan tertentu, khususnya bagi konsumen yang berada dalam kondisi: (1) mempunyai kebebasan memilih dalam pembeliannya, dan (2) tidak didominasi oleh aspek emosionalnya saat melakukan proses pengambilan keputusan beli. Ide-ide yang telah dibahas di muka menggambarkan kondisi dalam suatu model umum yang menghubungkan sikap dengan perilaku. Model yang terkenal dengan se-

butan *theory of reasoned action* tersebut meliputi variabel-variabel:

1. Sikap terhadap perilaku,
2. Norma subyektif,
3. Niat berperilaku,
4. Perilaku, atau tindakan yang dilakukan.

Model tersebut telah menempatkan variabel perilaku sebagai "muara," artinya, sesuatu yang ingin dicapai oleh model tersebut adalah prediksi perilaku. Perilaku konsumen dapat diprediksi secara akurat dari sikap dan norma subyektifnya melalui variabel niat. Akurasi prediksi perilaku dengan model tersebut sudah ditunjukkan oleh banyak peneliti (Dharmesta, 1992a).

Biasanya, perilaku konsumen tertentu akan dilakukan jika kondisinya memang memungkinkan, yaitu:

1. Sikap konsumen tersebut positif atau menguntungkan,
2. Norma sosialnya juga menguntungkan,
3. Jenjang kontrol berperilaku yang dirasakan cukup tinggi (hal ini akan dibahas pada sesi berikut berkaitan dengan *theory of planned behaviour*).

### Perilaku yang Spesifik dan *Theory Planned Behaviour*

*Theory of reasoned action* tidak hanya menekankan pada rasionalitas peri-

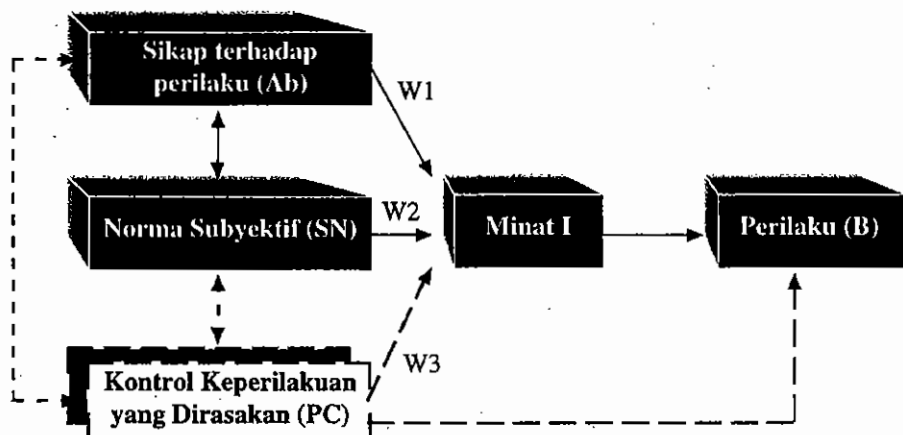
laku seseorang tetapi juga bahwa tindakan yang ditargetkan berada dalam kontrol kesadaran orang tersebut. Sebagai contoh adalah "Saya tahu saya dapat berhenti merokok, jika saya memang menghendakinya." Namun dalam kenyataan beberapa perilaku tidak dalam kontrol penuh orang itu. Oleh karena itu, Ajzen (1987, 1988, 1989) menyempurnakan model dasar tersebut dengan cara memperluas atau menambahkan variabel baru untuk memberikan perhatian pada konsep kemauan sendiri.

Kontrol berperilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*) merupakan kondisi dimana orang percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit dilakukan. Ini mencakup juga pengalaman masa lalu di samping rintangan-rintangan yang ada, yang dipertimbangkan oleh orang tersebut. Sebagai contoh, Ajzen dan Madden (1986) dalam penelitiannya menemukan bahwa para mahasiswa selalu ingin mendapatkan nilai A pada setiap mata kuliah yang ditempuh: nilai A adalah nilai yang dihargai sangat tinggi oleh mereka sendiri (sikap), dan nilai itu merupakan nilai bahwa keluarga dan teman-

teman mereka memang menghendaki demikian (norma subyektif). Akan tetapi, prediksi tentang penilaian A secara riil dapat mengalami kekeliruan jika persepsi mahasiswa tentang kemampuan diri mereka tidak diperhatikan. Ajzen telah menyatakan bahwa kontrol berperilaku yang dirasakan dapat berpengaruh pada niat atau secara langsung pada perilaku itu sendiri. Ia menamakan model yang sudah dimodifikasi ini dengan istilah *theory of planned behaviour*.

Kedua teori, yaitu *theory of reasoned action* dan *theory of planned behaviour* tidak bertentangan satu sama lain. Dengan kata lain, *theory of planned behaviour* itu merupakan pengembangan dari *theory of reasoned action*. Konsep atau variabel-variabel dan keterkaitannya di masing-masing teori dapat dilihat pada Gambar 1. Hubungan dan pengaruh variabel yang terlihat dengan tanda panah solid pada gambar tersebut menggambarkan *theory of reasoned action*, sedangkan tanda panah putus-putus menunjukkan perluasan *theory of reasoned action* sehingga menjadi *theory of planned behaviour*. Kedua model tersebut secara sengaja digabungkan dalam

Gambar 1. Perbandingan Antara *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior*



satu gambar untuk memudahkan dalam perbandingan terhadap kedua teori tersebut.

Seperti dalam model semula, perhatian utama dalam *theory of planned behaviour* adalah pada niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku karena niat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada variabel niat ini adalah:

1. Niat dianggap sebagai "penangkap" atau perantara faktor-faktor motivasi yang mempunyai dampak pada suatu perilaku,
2. Niat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba,
3. Niat juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan, dan
4. Niat adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya.

Di depan telah disebutkan bahwa niat itu merupakan mediator pengaruh berbagai faktor motivasi yang berdampak pada perilaku. Secara spesifik, *theory of planned behaviour* mengemukakan adanya tiga determinan niat yang bersifat independen secara konseptual, yaitu:

1. Sikap terhadap perilaku yang menunjukkan tingkatan di mana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang perilaku tertentu.
2. Norma subyektif sebagai faktor sosial menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan/perilaku.
3. Kontrol keperilakuan yang dirasakan (*perceived behavioural control*), variabel yang tidak terdapat dalam *theory of reasoned action*, menunjukkan mudahnya atau sulitnya melaku-

kan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu di samping halangan atau hambatan yang terantisipasi.

Secara umum dapat dikatakan bahwa semakin baik sikap dan norma subyektif terhadap suatu perilaku beli, dan semakin besar kontrol keperilakuan yang dirasakannya, maka semakin kuat niat konsumen tersebut untuk melaksanakan pembelian yang dimaksud. Sebaliknya, niat, dipandang sebagai satu variabel penentu bagi perilaku yang sesungguhnya; artinya, semakin kuat niat konsumen untuk melakukan pembelian atau mencapai tujuan pembelannya, semakin besar pula keberhasilan prediksi perilaku atau tujuan keperilakuan tersebut untuk terjadi. Akan tetapi, tingkat keberhasilan tersebut akan bergantung tidak hanya pada niat, tetapi juga pada faktor-faktor nonmotivasi seperti adanya peluang dan sumber (misalnya: waktu, uang, keterampilan, kerjasama dari orang lain, dan sebagainya). Hal ini dapat dikaji lebih lanjut dengan mendasarkan pada pengamatan Ajzen (1985). Secara bersama-sama faktor tersebut menunjukkan kontrol nyata seseorang terhadap perilakunya. Dalam hal seseorang memiliki peluang dan sumber yang diperlukan, serta cenderung melaksanakan perilakunya, dalam kondisi tersebut ia seharusnya berhasil melakukannya. Tentu saja, perilaku yang dimaksud harus spesifik, bukannya perilaku yang bersifat umum.

### Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan

Masalah kontrol keperilakuan (*behavioural control*) hanya dapat terjadi dalam batas-batas tindakan tertentu, dan tindakan lain terjadi karena pengaruh faktor-faktor di luar kontrol seseorang.

Perilaku sederhana seperti berkendara ke supermarket dapat terhambat oleh masalah mesin kendaraan. Jadi, kontrol atas perilaku sebaiknya ditinjau sebagai suatu kontinum. Satu ekstrimnya adalah perilaku yang sifat pertentangannya sedikit apabila ada masalah kontrol. Sebagai contoh adalah pilihan di salon rambut. Setelah konsumen masuk salon, pilihan atas si pemotong rambut (orang-orangnya sudah pasti) dapat dilakukan atas kemauan.

Ekstrim yang lain dalam kontinum tersebut adalah kejadian, seperti turunnya tekanan darah yang sifatnya sulit atau tidak dapat kita kontrol. Tentunya, kebanyakan perilaku akan berada di antara dua ekstrim ini. Biasanya orang menghadapi sedikit masalah kontrol ketika masuk kuliah atau membaca buku teks, tetapi masalah-masalah kontrol akan lebih jelas terlihat ketika mereka berusaha mengatasi kebiasaan-kebiasaan yang sangat kuat, seperti merokok atau ketika mereka menetapkan pandangan pada tujuan yang sulit dicapai sebagai bintang film misalnya. Jadi secara terbatas dapat dikatakan bahwa perilaku yang sangat diniati itu merupakan tujuan yang dianggap paling baik yang pencapaiannya bergantung pada suatu tingkat ketidakpastian tertentu; baru kita dapat berbicara tentang perilaku, yaitu unit tujuan, dan niat sebagai rencana tindakan dalam mencapai tujuan berperilaku tersebut (Ajzen, 1987).

*Theory of planned behaviour* memasukkan pengaruh-pengaruh yang kemungkinan muncul dari kontrol berperilaku yang dirasakan untuk mencapai tujuan-tujuan berperilaku, meskipun tidak secara langsung menunjukkan besarnya kontrol yang ada dalam situasi tertentu. Niat terutama mencerminkan kemauan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, sedangkan kontrol yang dirasakan sangat memperhatikan beberapa

kendala realistis yang mungkin ada. Dalam hal bahwa persepsi tentang kontrol berperilaku sangat berkaitan dengan kontrol aktual, seharusnya mereka memberikan informasi yang bermanfaat atas dan di atas niat yang diekspresikan. Jadi, ada perbedaan antara faktor motivasional dan kontrol yang dirasakan. Lihat kembali Gambar 1 yang memperlihatkan model struktural tentang *theory of planned behaviour*.

Tentunya, dalam banyak situasi kontrol berperilaku yang dirasakan mungkin kurang realistis. Ini dapat terjadi apabila:

1. Seseorang hanya memiliki sedikit informasi tentang perilakunya,
2. Persyaratan-persyaratan atau sumber-sumber yang ada telah berubah, atau
3. Elemen-elemen baru dan kurang dikenal telah masuk ke situasi tersebut.

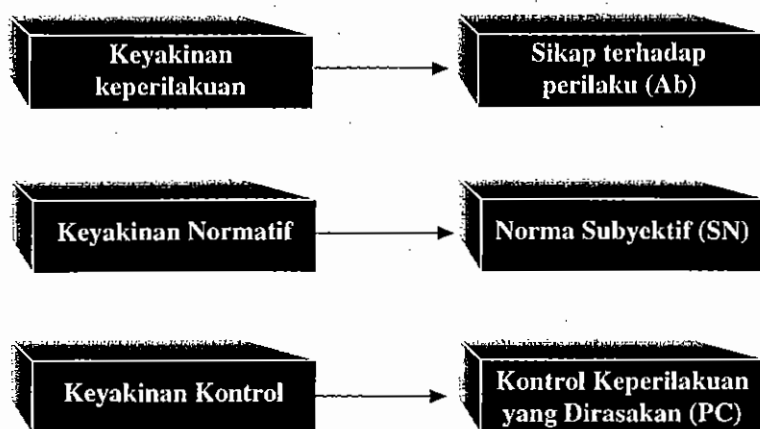
Dalam kondisi-kondisi tersebut, suatu ukuran tentang kontrol berperilaku yang dirasakan dapat sedikit menambah ketepatan prediksi perilaku. Tanda panah putus-putus dalam Gambar 1 di bagian bawah menunjukkan bahwa jalur dari variabel kontrol berperilaku yang dirasakan ke variabel perilaku dimungkinkan terjadi, hanya apabila ada kesepakatan antara persepsi tentang kontrol dan kontrol aktual orang tersebut atas perilakunya.

*Theory of planned behaviour*, seperti telah disinggung di muka, menjelaskan sikap, norma subyektif, dan kontrol berperilaku yang dirasakan sebagai variabel yang mendahului niat dan perilaku. Pada dasarnya, teori tersebut mendalilkan bahwa perilaku itu merupakan fungsi dari informasi penting, atau keyakinan penting yang relevan dengan perilaku tersebut. Keyakinan dibedakan menjadi tiga seperti terlihat dalam Gambar 2, yaitu:

1. Keyakinan berperilaku (*behavioral beliefs*), dianggap mempengaruhi sikap terhadap perilaku,



Gambar 2. Keyakinan Keperilakuan, Keyakinan Normatif, dan Keyakinan Kontrol



2. Keyakinan normatif (*normative beliefs*), menggambarkan sebagai determinan norma subyektif,
3. Keyakinan kontrol (*control beliefs*), menjadi basis bagi persepsi tentang kontrol berperilaku.

Seperti dalam *theory of reasoned action*, masing-masing keyakinan berperilaku menghubungkan perilaku ke hasil tertentu atau ke atribut lain seperti pengorbanan atau biaya atas pelaksanaan perilaku itu. Nilai subyektif hasil tersebut kemudian diberikan ke sikap terhadap perilaku yang secara proporsional langsung ke kekuatan keyakinan, yaitu probabilitas subyektif bahwa pelaksanaan perilaku itu akan mengarah ke hasil yang dimaksud. Untuk mendapatkan estimasi sikap, kekuatan keyakinan dikalikan dengan evaluasi hasil, dan hasilnya dijumlahkan mencakup seluruh keyakinan berperilaku penting. Keyakinan normatif, di sisi lain, berkaitan dengan kondisi bahwa individu atau kelompok referensi penting akan setuju atau tidak setuju dengan pelaksanaan perilaku. Kekuatan masing-masing keyakinan normatif dikalikan dengan motivasi orang tersebut untuk mengikuti referensi, dan

estimasi norma subyektif diperoleh dengan menjumlahkan hasilnya dari seluruh referensi penting. Secara lebih spesifik, hal ini berkaitan dengan masalah pengukuran variabel yang akan dibahas di belakang.

Menurut *theory of planned behaviour*, di antara keyakinan yang akhirnya menentukan niat dan tindakan adalah sejumlah keyakinan tentang ada atau tidak adanya sumber-sumber dan peluang yang diperlukan. Keyakinan ini sebagian didasarkan pada pengalaman masa lalu dengan perilakunya, tetapi biasanya juga akan dipengaruhi oleh:

1. Informasi tangan kedua tentang perilaku tersebut,
2. Pengalaman tentang pengenalan dan teman-teman,
3. Faktor lain yang menambah atau mengurangi kesulitan yang dirasakan tentang pelaksanaan perilaku.

Semakin banyak sumber dan peluang yang dipikirkan oleh seseorang untuk dimiliki, dan semakin sedikit rintangan yang dapat diantisipasi, maka semakin besar kontrol yang dirasakannya atas perilaku yang dimaksud. Seperti halnya dengan

kasus keyakinan normatif, keyakinan kontrol juga sangat mungkin dipisahkan dan diperlakukan sebagai determinan yang independen bagi perilaku. Demikian pula keyakinan tentang akibat suatu perilaku dipandang sebagai determinan bagi sikap, keyakinan normatif dipandang sebagai determinan norma subyektif, maka keyakinan tentang sumber dan peluang juga dapat dipandang sebagai determinan kontrol berperilaku yang dirasakan.

Kiranya perlu dicatat bahwa sikap global dan sifat-sifat kepribadian tidak mempunyai peranan langsung dalam *theory of planned behaviour*. Variabel-variabel seperti ini dianggap sebagai faktor latar belakang yang dapat mempengaruhi keyakinan, yang pada akhirnya menghasilkan kinerja berperilaku. Akan tetapi, sebagai disposisi berperilaku, faktor-faktor tersebut terlalu umum/luas untuk dapat memperoleh validitas prediktifnya. Sangatlah mungkin mendapatkan pengaruh faktor-faktor tersebut dalam kerangka teori ini dengan menguji pengaruhnya pada keyakinan berperilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol dan kemudian menelusur dampaknya pada perilaku, melalui sikap terhadap perilaku, norma subyektif, kontrol berperilaku yang dirasakan dan akhirnya, niat. Ajzen dan Fishbein (1980) telah memberikan sebagian gambaran tentang proses tersebut dalam penelitiannya.

## Pengukuran Variabel

Dalam setiap penelitian sikap konsumen, peneliti melakukan pengukuran tertentu untuk memastikan adanya konsistensi dari para responden. Mengukur sikap konsumen bukanlah tugas yang mudah, karena sikap tidak dapat diobservasi secara langsung: bagaimana kita dapat mengukur sesuatu yang ada di benak kon-

sumen? Solusi yang biasa digunakan adalah dengan menanyakan konsumen. Pada umumnya para peneliti lebih menekankan pada pendekatan ini dan sering menggunakan kuesioner dengan skala sikap. Demikian pula untuk variabel-variabel norma subyektif, kontrol berperilaku yang dirasakan, dan niat. Rumusan matematisnya dapat dilihat berikut ini (lihat juga Dharmmesta, 1992b, 1997a):

## Sikap Terhadap Perilaku

$$A_b = b_1e_1 + b_2e_2 + b_3e_3 + \dots + b_ie_i$$

atau

$$A_b = \sum b_ie_i$$

di mana,  $A_b$  merupakan sikap terhadap perilaku yang terbentuk dari keyakinan dan evaluasi atas akibat atau konsekuensi yang muncul dari perilaku yang diyakininya ( $\sum b_ie_i$ ). Dalam teori-teori sikap-perilaku, keyakinan mempunyai hubungan erat dengan sikap seperti ditunjukkan dalam *expected-value model*.

Untuk meliputi baik pengharapan maupun nilai, masing-masing keyakinan berperilaku diukur dalam dua skala, misalnya:

"Saya yakin jika saya menabung di Bank ABC minggu depan, saya akan merasa aman" ( $b_i$ ):

Sangat setuju				Sangat tidak setuju		
3	2	1	0	-3	-2	-1

Merasa aman adalah ( $e_i$ ):

Sangat baik				Sangat buruk		
3	2	1	0	-3	-2	-1

Nilai yang diharapkan untuk merasa aman menabung di Bank ABC merupakan produk dari dua ukuran, dan merupakan jumlah dari produk-produk untuk semua

akibat penting menabung di Bank ABC, yaitu  $\Sigma b_i p_i$  yang membentuk  $A_b$ .

### Norma Subyektif

$$SN = Nb_1 MC_1 + Nb_2 MC_2 + Nb_3 MC_3 + \dots + Nb_j MC_j$$

$$SN = \Sigma Nb_j MC_j$$

di mana,  $SN$  merupakan norma subyektif yang terbentuk dari keyakinan normatif dan kemauan untuk menuruti saran orang penting ( $\Sigma Nb_j MC_j$ ). Prosedur pengukuran norma subyektif tidak berbeda dengan prosedur pengukuran sikap di muka, misalnya: "Saya yakin keluarga saya berpikir sebaiknya saya menabung di Bank ABC minggu depan" ( $Nb_j$ ):

Sangat setuju						Sangat tidak setuju
3	2	1	0	-3	-2	-1

"Saya ingin menuruti apa yang dipikirkan oleh keluarga saya tentang apa yang sebaiknya saya lakukan" ( $MC_j$ ):

Sangat setuju						Sangat tidak setuju
3	2	1	0	-3	-2	-1

### Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan

$$PC = c_1 p_1 + c_2 p_2 + c_3 p_3 + \dots + c_i p_i$$

$$PC = \Sigma c_i p_i$$

di mana  $PC$  merupakan kontrol berperilaku yang dirasakan yang terbentuk dari keyakinan kontrol atau probabilitas bahwa beberapa faktor menunjang tindakan yang dimaksud ( $p$ ) dan akses ke faktor kontrol tersebut ( $c$ ). Penjumlahan kedua komponen tersebut untuk seluruh observasi menjadi  $\Sigma c_i p_i$ . Contoh pernyataan yang ditanyakan kepada responden untuk mengukur kontrol berperilaku yang dirasakan adalah:

"Saya yakin saya dapat menabung di Bank ABC secara lebih mudah jika saya memahami sistem dan prosedurnya" ( $c_i$ ):

Sangat setuju						Sangat tidak setuju
3	2	1	0	-3	-2	-1

"Saya sudah memahami sistem dan prosedur menabung di Bank ABC" ( $p_i$ ):

Sangat setuju						Sangat tidak setuju
3	2	1	0	-3	-2	-1

Dua contoh pernyataan tersebut merupakan dua ukuran untuk menghasilkan produk yang berupa nilai yang diharapkan untuk memahami sistem dan prosedur menabung secara lebih mudah di Bank ABC. Produk tersebut merupakan jumlah dari produk-produk untuk semua kontrol peluang dan sumber penting menabung di Bank ABC, yaitu  $\Sigma c_i p_i$  yang membentuk  $PC$ .

### Variabel-variabel Global

1. *Niat berperilaku*. Variabel niat dapat diukur dengan merumuskan pernyataan yang menunjukkan sesuatu yang akan dilakukan atau suatu estimasi perilaku. Skala yang dipakai juga sama seperti skala untuk variabel-variabel sebelumnya. Sebagai contoh:

"Saya berniat menabung di Bank ABC minggu depan" ( $I_i$ ):

Sangat setuju						Sangat tidak setuju
3	2	1	0	-3	-2	-1

"Saya akan menabung di Bank ABC minggu depan" ( $I_i$ ):

Sangat setuju						Sangat tidak setuju
3	2	1	0	-3	-2	-1

2. *Sikap terhadap perilaku*. Di muka telah dijelaskan bahwa sikap konsumen itu ditentukan oleh keyakinan keperilakuan dan evaluasi akibat atas perilaku yang dimaksud ( $\Sigma b_i e_i$ ). Di sini sikap konsumen juga dapat diukur secara langsung dengan menggunakan dua skala atau lebih, misalnya:

"Bagi saya, menabung di Bank ABC minggu depan adalah" ( $A_i$ ):

Baik				Buruk		
3	2	1	0	-3	-2	-1

Menyenangkan				Menyusahkan		
3	2	1	0	-3	-2	-1

Menggairahkan				Membosankan		
3	2	1	0	-3	-2	-1

3. *Norma subyektif*. Seperti halnya sikap konsumen, norma subyektif konsumen juga dapat diukur secara langsung dengan menggunakan pernyataan dalam satu skala seperti:

"Kebanyakan orang yang saya anggap penting berpikir bahwa saya sebaiknya menabung di Bank ABC minggu depan" ( $SN$ ):

Sangat setuju				Sangat tidak setuju		
3	2	1	0	-3	-2	-1

4. *Kontrol keperilakuan yang dirasakan*. Kontrol keperilakuan yang dirasakan juga dapat diukur secara langsung dengan menggunakan pernyataan sebagai berikut:

"Bagi saya, menabung di Bank ABC minggu depan adalah" ( $PC$ ):

Sulit				Mudah		
3	2	1	0	-3	-2	-1

5. *Perilaku*. Pada akhirnya, *theory of planned behaviour* menjelaskan perilaku dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang mendukung tindakan, tetapi variabel yang dianggap mempunyai pengaruh langsung adalah niat. Kontrol keperilakuan yang dirasakan dapat juga mempengaruhi perilaku secara langsung meskipun biasanya tidak mempunyai dampak langsung. Pengukuran variabel perilaku ini dilakukan dalam tenggang waktu tertentu (misalnya seminggu, sebulan, dan seterusnya) setelah dilakukan pengukuran variabel niat. Tenggang waktu yang dimaksud perlu memperhatikan karakteristik kondisi keperilakuannya. Sebagai contoh, perilaku beli mobil mewah yang melibatkan proses keputusan yang kompleks pasti memiliki karakteristik kondisi keperilakuan yang berbeda dengan perilaku beli beras yang proses keputusannya lebih sederhana. Pada prinsipnya, pengukuran perilaku ini dilakukan dengan cara menanyakan pada responden yang sama apakah mereka sudah melaksanakan perilaku yang dimaksud. Proporsi persentase jawaban "YA" yang besar menunjukkan bahwa mereka memang telah melaksanakan perilaku tersebut.

Dengan memperhatikan semua variabel yang ada dalam *theory of planned behaviour*, model matematisnya dapat digambarkan sebagai berikut:

$$B \sim I = w_1 A_i + w_2 SN + w_3 PC$$

$$B \sim I = w_1 \Sigma b_i e_i + w_2 \Sigma N B_j M C_j + w_3 \Sigma c_i p_i$$

di mana,  $w_1$ ,  $w_2$ ,  $w_3$  merupakan bobot regresional untuk masing-masing variabel.

## Hasil Penelitian Empiris

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang riset aplikasi *theory of planned behaviour* berikut ini disajikan beberapa pokok hasil penelitian empiris yang pada umumnya dipandu dengan hipotesis. Meskipun jenis aplikasinya bermacam-macam, tetapi secara umum hipotesis yang menjadi panduan mempunyai esensi yang sama.

### Hipotesis

- Ho1 : Niat untuk melakukan tindakan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh sikap, norma subyektif dan kontrol kepercayaan yang dirasakan.  
Ho2 : Perilaku tidak dipengaruhi secara signifikan oleh niat.  
Ho3 : Perilaku tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kontrol kepercayaan yang dirasakan.

### Metodologi

Dari penelitian yang ada tentang aplikasi *theory of planned behaviour* sebagian besar menggunakan metodologi yang tidak berbeda dari penelitian tentang *theory of reasoned action*, yaitu baik dalam lingkungan eksperimental maupun lingkungan naturalistik. Perilaku yang diteliti adalah mulai dari strategi memilih yang sangat sederhana dalam suatu permainan laboratorium sampai ke perilaku yang kompleks seperti menurunkan berat badan, mendapatkan nilai A pada suatu mata kuliah, menghadiri kuliah, menyumbang darah, menggunakan internet, berhenti merokok, menghindari kecelakaan, membeli kado, mencari pendanaan untuk kepemilikan usaha, menyumbang darah. Sampel yang digunakan bervariasi dari sangat kecil, yaitu 21 orang sampai 200 orang (East, 1997). Sedangkan pengumpulan datanya dilakukan dengan wawan-

cara yang dimaksudkan untuk mengisi daftar pertanyaan.

Jadi, instrumen penelitiannya berupa kuesioner. Skala yang digunakan adalah skala 7 butir mulai dari +3 sampai dengan -3 di kedua ekstimnya. Khusus untuk variabel sikap menggunakan perbedaan semantik. Setiap prediktor diukur baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui sumasi keyakinan berperilaku, keyakinan referen, dan keyakinan kontrol.

### Dukungan pada *Theory of Reasoned Action*

Dengan dikembangkannya *theory of planned behaviour*, *theory of reasoned action* dapat dianggap sebagai bagian atau kasus khusus dari teori tersebut. Dengan kata lain, *theory of planned behaviour* merupakan pengembangan *theory of reasoned action* dengan memasukkan variabel baru yang dapat mempengaruhi niat atau mempengaruhi perilaku, yaitu kontrol kepercayaan yang dirasakan. Teori ini mengenali adanya kemungkinan bahwa banyak perilaku tidak berada dalam kontrol secara penuh, dan konsep tentang kontrol kepercayaan yang dirasakan ditambahkan untuk menangani perilaku-perilaku seperti ini. Akan tetapi, jika kontrol kepercayaan yang dirasakan mendekati maksimumnya, yaitu ketika persoalan-persoalan tentang kontrol tidak berada dalam pertimbangan penting seseorang, maka *theory of planned behaviour* berkurang menjadi *theory of reasoned action*. Dalam kondisi seperti ini, niat ataupun perilaku tidak akan dipengaruhi oleh keyakinan tentang kontrol kepercayaan; variabel yang berpengaruh tinggal sikap terhadap perilaku dan norma subyektif.

Penelitian yang mengaplikasikan *theory of reasoned action* sudah cukup banyak dilakukan oleh para peneliti. Hasil-

hasil penelitian tersebut sudah dikompilasi oleh peneliti seperti Dharmesta (1992a), Ajzen dan Fishbein (1980), East (1997). Sedangkan penelitian aplikasi *theory of planned behaviour* menghasilkan angka-angka parameter yang tidak jauh berbeda dari riset aplikasi *theory of reasoned action* untuk variabel-variabel selain kontrol berperilaku yang dirasakan, seperti ditunjukkan oleh East (1997). Dengan kata lain, *theory of reasoned action* telah mendapatkan dukungan dari *theory of planned behaviour*. Pokok-pokok hasilnya terlihat pada beberapa hal:

- Sebagian kasus menghasilkan bobot norma subyektif yang lebih besar dari pada bobot pada sikap, meskipun sebagian besar kasus memperlihatkan hasil dengan bobot yang lebih besar pada sikap.
- Keyakinan berperilaku sebagian besar berkorelasi sangat kuat dengan sikap terhadap perilaku.
- Norma subyektif cenderung tetap konsisten dengan keyakinan normatifnya.
- Korelasi antara setiap prediktor dengan faktor pembentuknya adalah sangat kuat.

### Kontrol berperilaku yang dirasakan dan niat

Penelitian yang ada menunjukkan bahwa variabel berperilaku yang dirasakan mempunyai pengaruh kausal secara langsung pada variabel niat untuk melakukan tindakan. Pengaruh tersebut tidak dimediasi oleh variabel lain seperti sikap terhadap perilaku dan norma subyektif. Untuk kasus-kasus seperti: (1) menurunkan berat badan, (2) mendapat nilai A, dan (3) menghadiri kuliah, angka-angka korelasi antara niat dengan sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai kompilasi hasil penelitian Ajzen (1987).

Sebagai prediktor, Ab, SN, dan PC pada ketiga kasus dalam Tabel 2 berkorelasi secara signifikan dengan niat kecuali SN-I pada kasus kedua (mendapatkan nilai A). Untuk memprediksi niat, peneliti menggunakan analisis regresi hierarkis, yaitu dengan memasukkan variabel sikap dan norma subyektif pada tahap satu, kemudian menambahkan variabel kontrol berperilaku yang dirasakan pada tahap dua. Hasilnya cukup memuaskan, baik korelasi berganda pada

Tabel 2. Korelasi Niat dengan Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Berperilaku yang Dirasakan

Tujuan Berperilaku	$r(Ab-I)$	$r(SN-I)$	$r(PC-I)$	R Tahap 1	R Tahap 2
Menurunkan berat badan	0,62 ( $p < 0,05$ )	0,44 ( $p < 0,05$ )	0,36 ( $p < 0,05$ )	0,65 ( $p < 0,01$ )	0,72 ( $p < 0,01$ )
Mendapatkan nilai A	0,48 ( $p < 0,05$ )	0,11	0,44 ( $p < 0,05$ )	0,48 ( $p < 0,01$ )	0,65 ( $p < 0,01$ )
Menghadiri kuliah	0,51 ( $p < 0,05$ )	0,35 ( $p < 0,05$ )	0,57 ( $p < 0,05$ )	0,55 ( $p < 0,01$ )	0,68 ( $p < 0,01$ )

\* Ab = sikap terhadap perilaku; SN = norma subyektif; PC = kontrol berperilaku yang dirasakan, I = niat; r = korelasi tunggal; R = korelasi berganda.

tahap satu maupun pada tahap dua. Di samping itu masing-masing variabel sebagai prediktor bagi niat juga mempunyai koefisien regresi yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memang memberikan kontribusi independen terhadap prediksi niat melakukan tindakan dalam kasus yang diteliti tersebut.

Pada kasus pertama dan kedua, yaitu menurunkan berat badan dan mendapatkan nilai A pada suatu mata kuliah, tujuan keperilakuannya menunjukkan adanya kontrol kemauan sendiri yang terbatas yang dimiliki oleh responden. Pada kasus pertama, orang harus tahu dan terbiasa dengan program diet, latihan-latihan, dan ketentuan-ketentuan yang ketat untuk mencapai tujuan penurunan berat badan. Demikian pula pada kasus kedua, untuk mendapatkan nilai A pada suatu mata kuliah orang tidak hanya menggantungkan pada motivasi yang kuat tetapi juga pada kemampuan intelektual, kecukupan waktu belajar, dan kemauan menolak aktivitas lain yang lebih menarik dibanding aktivitas belajar. Jadi, kiranya cukup wajar apabila kontrol keperilakuan yang dirasakan berpengaruh pada niat untuk mencapai atau tidak mencapai tujuan keperilakuan. Sedangkan pada kasus ketiga,

yaitu menghadiri kuliah pada suatu mata kuliah reguler, kontrol kemauan sendiri yang ada pada mereka lebih tidak terbatas.

Seperti terlihat pada Tabel 2, semua kasus menunjukkan bahwa dengan dimasukkannya variabel kontrol keperilakuan yang dirasakan dalam analisis regresi tahap dua ternyata dapat meningkatkan prediksinya secara signifikan. Dengan kata lain, analisis regresi tersebut dapat meningkatkan korelasi berganda secara signifikan. Ini berarti variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol keperilakuan yang dirasakan memang merupakan variabel independen yang menjadi prediktor langsung pada variabel niat.

### ***Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan dan Perilaku***

Terlihat dalam Gambar 1, sangat dimungkinkan bahwa variabel kontrol keperilakuan yang dirasakan dapat mempengaruhi variabel perilaku secara langsung, tidak hanya secara tidak langsung melalui variabel niat. Melanjutkan bahasan penelitian tentang tiga kasus di muka, yaitu menurunkan berat badan, mendapatkan nilai A pada suatu mata kuliah, dan menghadiri kuliah, variabel kontrol keperilakuan yang dirasakan dimasukkan sehingga hasilnya dapat dilihat dalam Tabel 3.

**Tabel 3. Prediksi Perilaku dari Niat dan Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan**

Kasus	Tujuan Berperilaku	$r(I-B)$	$r(PC-B)$
1	Menurunkan berat badan	0,25 ( $p < 0,05$ )	0,41 ( $p < 0,05$ )
2	Mendapatkan nilai A: a. Awal semester b. Akhir semester	0,26 ( $p < 0,05$ ) 0,39 ( $p < 0,05$ )	0,11 0,38 ( $p < 0,05$ )
3	Menghadiri kuliah	0,36 ( $p < 0,05$ )	0,28 ( $p < 0,05$ )

\*  $r(I-B)$  = korelasi antara niat dan perilaku;  $r(PC-B)$  = korelasi antara kontrol keperilakuan yang dirasakan dengan perilaku.

Tabel 3 menunjukkan korelasi antara niat dan perilaku di kolom tiga, dan korelasi antara kontrol berperilaku yang dirasakan dan perilaku di kolom empat, semuanya terlihat signifikan kecuali korelasi *PC-B* untuk kasus 2a yang hanya 0,11. Ini dapat dijelaskan bahwa pada awal semester, mahasiswa memiliki kontrol kemauan sendiri yang jauh lebih besar dibanding pada akhir semester. Pada kasus ketiga (menghadiri kuliah), penambahan variabel kontrol berperilaku yang dirasakan ke dalam model tidak meningkatkan prediksi perilaku secara signifikan. Ini disebabkan oleh adanya perilaku menghadiri kuliah yang merupakan perilaku di mana mahasiswa memiliki kontrol kemauan sendiri yang sangat besar. Sehingga tambahan variabel kontrol tersebut kurang memberi nilai dalam prediksi perilaku aktual. Hasil yang berkebalikan terjadi pada kasus pertama, di mana penambahan variabel kontrol dapat meningkatkan prediksi perilaku secara signifikan.

Gambaran di muka menunjukkan bahwa *H<sub>0</sub>* pertama yang menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol berperilaku yang dirasakan tidak berpengaruh secara signifikan pada niat (secara parsial) dapat ditolak. *H<sub>0</sub>* kedua yang menyatakan bahwa perilaku tidak dipengaruhi secara signifikan oleh niat juga ditolak. Demikian pula *H<sub>0</sub>* ketiga yang menyatakan bahwa perilaku tidak dipengaruhi oleh kontrol berperilaku yang dirasakan juga ditolak, kecuali untuk kasus 2a yang hipotesis nol-nya diterima. Seperti telah dijelaskan di muka bahwa hal ini disebabkan oleh adanya kemungkinan bahwa mahasiswa itu lebih tertarik pada aktivitas lain dan mengalahkan aktivitas belajarnya sehingga nampak kurang kuatnya kontrol kemauan sendiri.

## Simpulan

Dapat dikatakan bahwa *theory of planned behaviour* merupakan pengembangan *theory of reasoned action*; atau dengan kemunculan *theory of planned behaviour*, *theory of reasoned action* menjadi kasus khusus dari *theory of planned behavior*. Prediksi perilaku yang spesifik telah memberikan hasil dengan akurasi yang tinggi. Tentunya, hasil yang dicapai akan dapat berbeda apabila perilaku yang diteliti mencakup sekumpulan perilaku atau merupakan perilaku agregat. Bagi pemasar, generalisasi perilaku konsumen tetap didasarkan pada perilaku beli yang spesifik. Istilah "spesifik" di sini berkaitan dengan bauran pemasaran, seperti:

1. Produk yang akan dibeli konsumen,
2. Harga yang akan dibayar oleh konsumen,
3. Distribusi yang akan menjadi tempat pembelian konsumen,
4. Promosi yang mendorong konsumen dalam pembelian.

Selain itu masih ada faktor-faktor lain yang perlu mendapatkan perhatian untuk mendukung istilah "spesifik" dalam perilaku ini, yaitu:

1. Tenggang waktu akan dilakukannya pembelian itu,
2. Stabilitas situasi selama tenggang waktu tersebut,
3. Derajat pengendalian atas kemauan sendiri terhadap peluang dan sumber yang dihadapi oleh konsumen.

Variabel kontrol berperilaku yang dirasakan dalam *theory of planned behaviour* berkaitan dengan peluang dan sumber yang dihadapi oleh konsumen. Dapat dikatakan bahwa semakin besar pengalaman



dan semakin banyak pengetahuan konsumen untuk menguasai peluang dan sumber yang dihadapinya, akan semakin mudah baginya untuk melaksanakan perilaku beli yang dimaksud; dan perilaku yang dimaksud tersebut memang merupakan perilaku yang bersifat sukarela. Variabel pengalaman telah dikembangkan sebagai prediktor baru dalam teori semula (*theory of reasoned action*) dan telah memberikan hasil prediksi yang akurat oleh Bentler dan Speckart (1979, 1981). Konsumen yang memiliki kontrol kemauan sendiri yang sangat kecil akan meningkatkan niatnya untuk melakukan pembelian. Peluang dan sumber yang belum dikuasainya membuat konsumen yang rasional berupaya untuk menguasainya sehingga perilaku beli yang dimaksud dapat terlaksana. Dengan demikian, pemasar akan mendapatkan prediksi perilaku beli konsumen yang akurat bagi kepentingannya dalam:

1. Pengembangan produk baru yang ditujukan ke segmen pasar atau konsumen baru,
2. Penyempurnaan produk lama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli baru pada segmen pasar yang ada,
3. Implementasi strategi penetrasi pasar, dan bahkan
4. Menjadikan titik-tolak menciptakan dan mempertahankan paradigma baru pemasaran, yaitu *relationship marketing* (Dharmmesta, 1997b).

Selain itu, dimungkinkan juga hasil penelitian semacam ini dapat dipakai sebagai basis untuk menerapkan strategi segmentasi pasar, baik strategi segmentasi tunggal maupun strategi segmentasi ganda.

## Referensi

- Allport, G. W. (1935), "Attitudes", in C. M. Murchison (Ed.), *Handbook of Social Psychology*, Clark University Press, Worcester, MA, h. 789-844.
- Ajzen, I. (1985), "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior," dalam J. Kuhl and J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From Cognition to Behavior*, Springer, Heidelberg, h. 11-39.
- Ajzen, I. (1987), "Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology," dalam L. Berkowitz (Ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 20, Academic Press, Inc., San Diego, CA., h. 1-63.
- Ajzen, I. (1988), *Attitudes, Personality, and Behavior*, Open University Press, Milton Keynes, UK.
- Ajzen, I. (1989), "Attitude Structure and Behavior," dalam A. R. Pratkanis, S. J. Breckler and A. G. Greenwald (Eds.), *Attitude Structure and Function*, Erlbaum, Hillsdale, NJ., h. 241-74.
- Ajzen, I. and M. Fishbein (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

- Ajzen, I. dan T. J. Madden (1986), "Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions and Perceived Behavioral Control," *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 22, h. 453-74.
- Anderson, N. H. (1971), "Integration Theory and Attitude Change," *Psychological Review*, Vol. 78, h. 171-206.
- Anderson, N. H. (1980), "Integration Theory Applied to Cognitive Responses and Attitudes," dalam R. E. Petty, T. M. Ostrom and T. C. Brock (Eds.), *Cognitive Responses in Persuasion*, Erlbaum, New York.
- Bentler, P. M. dan G. Speckart (1979), "Models of Attitude-Behavior Relations," *Psychological Review*, Vol. 86, h. 452-464.
- Bentler, P. M. dan G. Speckart (1981), "Attitudes 'Cause' Behavior: A Structural Equation Analysis," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 40, h. 226-238.
- Davidson, A. R. dan J. Jacard (1979), "Variables that Moderate the Attitude-Behavior Relation: Result of a Longitudinal Survey," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 37, h. 1364-76.
- Dharmmesta, B. S. (1992a), "An Analysis of Consumer Attitudes Towards the Government Policies Designed to Increase Domestic Brand Consumption in Indonesia," *Thesis Ph.D dalam bidang Marketing*, University of Strathclyde, Glasgow, U. K.
- Dharmmesta, B. S. (1992b), "Riset Tentang Minat dan Perilaku Konsumen: Sebuah Catatan dan Tantangan Bagi Peneliti yang Mengacu pada 'Theory of Reasoned Action,'" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No 1, Th VII, h. 39-53.
- Dharmmesta, B. S. (1997a), "Keputusan-keputusan Strategik Untuk Mengeksplorasi Sikap dan Perilaku Konsumen," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 12, No. 3, h. 1-19.
- Dharmmesta, B. S. (1997b), "Pergeseran Paradigma Dalam Pemasaran: Tinjauan Manajerial dan Perilaku Konsumen," *KELOLA Gajah Mada University Business Review*, Th. VI, No. 15, hal. 12-23.
- East, R. (1997), *Consumer Behaviour: Advances and Applications in Marketing*, Prentice-Hall, London.
- Fishbein, M. (1967a), "A Behavior Theory Approach to the Relation Between Beliefs About an Object and Attitude Toward the Object," dalam M. Fishbein (Ed.), *Readings in Attitude Theory and Measurement*, John Wiley, New York, h. 389-400.
- Fishbein, M. (1967b), "A Consideration of Beliefs and Their Role in Attitude Measurement," dalam M. Fishbein (Ed.), *Readings in Attitude Theory and Measurement*, John Wiley, New York, h. 257-66.
- Fishbein, M. (1971), "Attitudes and the Prediction of Behavior," dalam K. Thomas (Ed.), *Attitudes and Behavior*, Penguin, London, h. 52-83.
- Fishbein, M. dan I. Ajzen (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.

- Gregson, R. A. M. dan B. G. Stacey (1981), "Attitudes and Self-Reported Alcohol Consumption in New Zealand," *New Zealand Psychologist*, Vol. 10, h.15-23.
- Himmelfarb, S. dan A. H. Eagly (1974), *Readings in Attitude Change*, John Wiley, NY.
- Katz, D. (1960), "The Functional Approach to the Study of Attitudes," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 24, h. 163-204.
- Madden, T. J., P. S. Ellen dan I. Ajzen (1992), "A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action," *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 18, h. 3-9.
- McGuire, W. J. (1986), "The Vicissitudes of Attitudes and Similar Representational Constructs in Twentieth Century Psychology," *European Journal of Social Psychology*, Vol. 16, h. 89-130.
- Thomas, W. I. dan F. Znaniecki (1918), *The Polish Peasant in Europe and America*, Vol. 1, Badger, Boston, MA.
- Thurstone, L. L. (1931), "The Measurement of Social Attitudes," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 26, h. 249-69.
- Vaughan, G. dan M. Hogg (1995), *Introduction to Social Psychology*, Prentice-Hall, Sydney.
- Watson, J. B. (1930), *Behaviorism*, W.W. Norton & Co., Inc., New York.